

## DAFTAR PUSTAKA

- Amellia Fatimatus S, dkk. (2018). *Pengaruh City Branding Terhadap City Image dan Keputusan Berkunjung ke Kota Wisata Batu (Survei pada Wisatawan yang Berkunjung ke Kota Wisata Batu)*, Jurnal Administrasi Bisnis (JAB), Vol. 54 No. 1, Januari.
- Bugin, Burhan. 2014. *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Prenadamedia Grup.
- Ghozali, I. (2006). *Aplikasi Multivariate Dengan Program SPSS Edisi Kedua*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Jessi Indriani, dkk. (2017). *Pengaruh City Branding Pada City Image dan Keputusan Berkunjung Wisatawan ke Kabupaten Purwakarta*, Jurnal Manajemen Maranathan.
- Juanim. (2015). *Pengaruh City Branding terhadap Image Of Urban Destination dan Dampaknya pada Post-Visit Behavior*, Trikonomika, Volume 14, No. 1, Juni.
- Kotler\_Philip dan Garry Armstrong, 2008. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Alih Bahasa: Damos Sihombing. Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Kotler\_Philip, John T. Bowen, and James C. Makens. 2006. *Marketing for Hospitality and Tourism*. Fourth Edition. New Jersey: Pearson Education.
- Moh Ibrahim. M, dkk. (2016). *Pengaruh City Branding “The Soul Of Madura” dan Motivasi Wisatawan Terhadap Keputusan Berkunjung ke Kabupaten Sumenep*. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB) Vol. 37 No. 1 Agustus*.
- Moilanen, Teemu & Rainisto. 2009. *How to Brand Nations, Cities and Destinations, A Planning Book for Place Branding*. USA: Palgrave Macmillan.
- Purnamasari Devi. (2014). *Persepsi Wisatawan Domestik Tentang Unsur-Unsur Pembentuk City Branding Kota Semarang Terhadap Minat Berkunjung Kembali Ke Kota Semarang*.
- Putri Rizkiah I, dkk. (2018). *Pengaruh Citra Merek Destinasi Terhadap Keputusan Berkunjung dan Kepuasan Pengunjung Serta Dampaknya Pada Minat Kunjung UlanG (Survei pada Pengunjung Taman Rekreasi Selecta Kota Batu yang termasuk dalam Kategori Generasi Millennial)*, Jurnal Administrasi Bisnis (JAB), Vol. 55 No. 2, Februari.
- Rutherford, Robert D Dan Minja Kim Choe. (1993). *Statistical Model For Causal Analysis*. New York: John Wiley Dan Sons, Inc.
- Schiffman, Leon dan Lesslie Lazar Kanuk. 2007. *Perilaku Konsumen*. Diterjemahkan oleh Zoelkifli Kasip Edisi Ketujuh. Jakarta : PT. Indeks.
- Setiadi, Nugroho J. 2015. *Perilaku Konsumen*. Jakarta : Prenadamedia Grup

- Swastika Pakarti, dkk. (2017). *Pengaruh City Branding dan Event Pariwisata Terhadap Keputusan Berkunjung Serta Dampaknya Pada Minat Berkunjung Kembali ke Kabupaten Banyuwangi*, Jurnal Administrasi Bisnis (JAB), Vol. 47 No.1, Juni.
- Tjiptono, Fandi. 2005. (Solimun, 2002) (Ghozali, 2006) *Brand Management & Strategy*. Malang: Bayu Media Publishing.
- Tjiptono, Fandi. 2015. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi
- Verissa Rana.K, dkk. (2017). Pengaruh Harga dan Citra Destinasi Terhadap Niat Berkunjung Kembali Melalui Kepuasan (Studi pada Wisatawan Domestik Kebun Raya Bogor).
- Widiartanto, dkk. (2017). Jurnal Administrasi Bisnis. *Pengaruh Produk Wisata, Destination Image, dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Berkunjung (Studi Kasus pada Pengunjung Objek Wisata Goa Kreo Semarang)*.
- Wiwied. S, dkk. (2016). Pengaruh City Branding Terhadap City Image Serta Dampaknya Pada Keputusan Berkunjung Wisatawan ke Kota Malang. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB) Vol. 39 No.1 Oktober* .
- Yofina Mulyati, dkk. (2018). *Pengaruh Electronic Word Of Mouth Terhadap Citra Destinasi Serta Dampaknya Pada Minat dan Keputusan Berkunjung Wisatawan Domestik Pada Destinasi Wisata Kota Bukittinggi*, Jurnal Ekonomi & Bisnis Dharma Andalas, Volume 20 No. 1, Januari.